

Komunikasi Publik Dinas Lingkungan Hidup Surakarta Dalam Kampanye Kebersihan Lingkungan di Kota Surakarta

Public Communication of the Surakarta Environmental Service in the Environmental Cleanliness Campaign in Surakarta City

Ivanka Risky Drestanta¹, Buddy Riyanto²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ivankard0711@gmail.com

Abstrak

Masalah kebersihan di Kota Surakarta cukup serius, dengan produksi sampah mencapai sekitar 450 ton per hari. Tingkat partisipasi masyarakat dalam pemilahan sampah hanya 32% dari target 70%. Berbagai kampanye melalui media seperti poster, media sosial, dan webinar telah dilakukan, namun hasilnya belum signifikan. Rendahnya alokasi anggaran untuk komunikasi partisipatif, hanya sekitar 5%, membuat kampanye cenderung satu arah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan pendekatan tematik reflektif Braun & Clarke. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi publik DLH Surakarta melalui media digital dan tatap muka meningkatkan kesadaran masyarakat, meskipun keterlibatan di wilayah pinggiran sungai masih rendah. Kesimpulannya, komunikasi publik berperan penting dalam kampanye kebersihan, tetapi diperlukan strategi partisipatif yang lebih inklusif.

Kata kunci: Kampanye Kebersihan, Komunikasi Publik, Partisipasi Masyarakat, Surakarta.

Abstract

The cleanliness problem in Surakarta is serious, with waste production reaching approximately 450 tons per day. Public participation in waste sorting is only 32% of the 70% target. Various campaigns through posters, social media, and webinars have been carried out but with insignificant results. The low allocation for participatory communication (around 5%) has made campaigns tend to be one-way. This study uses a qualitative case study approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and analyzed thematically using Braun & Clarke's reflective approach. The findings show that Surakarta Environmental Agency's public communication through digital and face-to-face media increases awareness, although participation in riverbank areas remains low. In conclusion, public communication plays an important role in cleanliness campaigns, but more inclusive participatory strategies are needed.

Keywords: Cleanliness Campaign, Public Communication, Community Participation,

Surakarta.

PENDAHULUAN

Kebersihan lingkungan merupakan isu penting dalam kehidupan perkotaan modern. Kota Surakarta sebagai salah satu kota besar di Jawa Tengah menghadapi persoalan serius terkait sampah. Berdasarkan data Dinas Lingkungan Hidup, produksi sampah di Surakarta mencapai sekitar 450 ton per hari. Namun, tingkat partisipasi masyarakat dalam pemilahan sampah masih rendah, yakni hanya 32% dari target 70% yang ditetapkan dalam RPJMD (Warlina & Listyarini, 2023). Rendahnya partisipasi ini menandakan adanya kesenjangan antara program pemerintah dengan perilaku masyarakat sehari-hari.

Berbagai upaya kampanye kebersihan telah dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Surakarta, mulai dari pemasangan poster, penyebaran spanduk, hingga pemanfaatan media sosial. Namun, hasilnya belum menunjukkan perubahan signifikan. Laporan internal DLH menyebutkan bahwa hanya sekitar 20% kegiatan kampanye yang mampu mendorong partisipasi aktif masyarakat. Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023) juga mendukung temuan tersebut, dengan menyebutkan bahwa indeks kepuasan masyarakat terhadap edukasi lingkungan di Surakarta hanya sebesar 58%. Angka ini lebih rendah jika dibandingkan dengan Semarang

(72%) dan Yogyakarta (68%). Fakta ini menunjukkan bahwa komunikasi publik yang dilakukan oleh DLH belum sepenuhnya efektif dalam membangun kesadaran dan keterlibatan masyarakat.

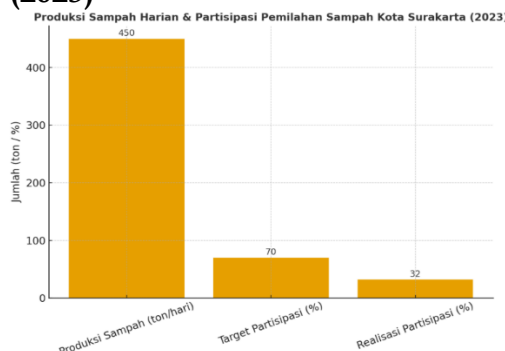
Kampanye kebersihan lingkungan pada dasarnya tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, melainkan juga membentuk perilaku dan kesadaran kolektif masyarakat. Komunikasi publik menjadi instrumen utama dalam proses ini, karena mampu menjembatani interaksi antara pemerintah dan warga. Menurut teori komunikasi dua arah simetris (Grunig, 2019), hubungan efektif antara lembaga dan masyarakat terjadi ketika komunikasi berjalan dua arah, bukan sekadar penyampaian pesan satu arah. Dengan demikian, penting untuk memahami sejauh mana DLH Surakarta memanfaatkan komunikasi publik dalam mendorong perubahan perilaku masyarakat terhadap kebersihan lingkungan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menyoroiti pentingnya strategi komunikasi dalam kampanye lingkungan. Rochyadi-Reetz & Wolling (2023) menekankan bahwa kegagalan kampanye sering kali disebabkan oleh pesan yang tidak sesuai dengan karakteristik audiens. Sementara itu, penelitian Rahmadi

Noor Mirad Sari Ekorini Indriyani et al. (2021) menemukan bahwa rendahnya evaluasi partisipatif menyebabkan kampanye lingkungan di Asia Tenggara banyak yang gagal mencapai target. Akan tetapi, penelitian yang berfokus secara spesifik pada konteks Surakarta, khususnya mengenai bagaimana komunikasi publik DLH berperan dalam kampanye kebersihan, masih terbatas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peran komunikasi publik Dinas Lingkungan Hidup Surakarta dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada kampanye kebersihan lingkungan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman baru terkait strategi komunikasi publik yang lebih efektif dan partisipatif, sehingga dapat mendorong terciptanya lingkungan kota yang lebih bersih dan berkelanjutan.

Gambar 1. Produksi Sampah Harian Kota Surakarta dan Tingkat Partisipasi Pemilahan (2023)



Sumber: Dinas Lingkungan Hidup

Surakarta (2023); Warlina & Listyarini (2023)

Gambar 2. Kampanye Kebersihan Lingkungan oleh DLH Surakarta ("Solo Bersih 2025" melalui spanduk dan media sosial)



Sumber: Akun Instagram @dlhsolo

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena sosial dalam konteks alamnya serta memahami makna yang dibentuk oleh individu maupun kelompok berdasarkan pengalaman mereka. Menurut Creswell (2014), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna yang diyakini oleh individu atau kelompok

terkait dengan masalah sosial atau kemanusiaan. Sementara itu, studi kasus memungkinkan peneliti menganalisis fenomena secara kontekstual dan menyeluruh dengan memperhatikan berbagai aspek dan dinamika yang terlibat (Pahleviannur et al., 2022).

Penelitian ini dilakukan di Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Surakarta yang beralamat di Jl. Menteri Supeno No. 10, Manahan, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Lokasi ini dipilih karena DLH merupakan instansi pemerintah daerah yang bertanggung jawab atas pengelolaan lingkungan sekaligus penyelenggara kampanye kebersihan yang ditujukan kepada masyarakat. Peran aktif instansi ini dalam melaksanakan berbagai program komunikasi publik menjadikannya penting untuk diteliti dalam konteks kampanye kebersihan lingkungan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2021). Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan karyawan DLH serta masyarakat Kota Surakarta, dan diperkuat dengan observasi langsung pada kegiatan kampanye kebersihan. Informan penelitian dibagi menjadi dua kategori, yaitu informan internal yang berasal dari pihak DLH, serta informan eksternal yang berasal dari masyarakat sebagai sasaran utama kampanye. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan

kriteria memiliki pengalaman langsung, bersedia terbuka dalam memberikan informasi, serta terlibat atau terdampak oleh kegiatan kampanye kebersihan minimal dalam satu tahun terakhir. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan tahunan DLH, kebijakan internal, artikel ilmiah, publikasi media massa, dan dokumen resmi pemerintah yang relevan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan lima orang informan, terdiri atas satu staf DLH dan empat warga Surakarta. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman, persepsi, serta tanggapan mereka terhadap kampanye kebersihan lingkungan yang dijalankan DLH. Selain itu, dilakukan observasi langsung pada beberapa kegiatan kampanye seperti *Solo Menyapu* dan *Solo Berseri*, serta pengamatan kondisi sungai di wilayah Surakarta, antara lain Sungai Jenes, Pepe Hulu, Kleco, Premulung, Anyar, dan Brojo.

Dokumentasi juga digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan menelaah laporan tahunan DLH, publikasi media, dan berbagai materi kampanye yang dipublikasikan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, serta website resmi DLH.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan Analisis Tematik Reflektif (Braun & Clarke, 2021). Tahapannya meliputi proses

familiarisasi dengan data melalui pembacaan berulang hasil wawancara, observasi, dan dokumen; pembuatan kode awal untuk mengidentifikasi informasi penting terkait komunikasi publik; pengelompokan kode ke dalam tema-tema utama; peninjauan kembali tema untuk memastikan kesesuaian dengan data; pemberian nama dan definisi pada setiap tema; serta penyusunan laporan naratif yang dilengkapi dengan kutipan data relevan.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan teknik, perpanjangan waktu pengamatan, serta member checking (Nowell et al., 2017). Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai informan untuk memperoleh konsistensi data.

Perpanjangan waktu pengamatan dilakukan dengan mengunjungi kembali lokasi penelitian dan mengikuti beberapa kegiatan kampanye kebersihan secara berulang agar data yang diperoleh lebih mendalam dan konsisten. Sementara itu, member checking dilakukan dengan mengonfirmasi hasil wawancara dan interpretasi data kepada para informan, baik dari pihak DLH maupun masyarakat, guna memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai dengan pengalaman mereka.

HASIL PENELITIAN DAN

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi publik yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Surakarta dalam kampanye kebersihan lingkungan masih menghadapi sejumlah tantangan. DLH Surakarta memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, baik digital maupun konvensional. Media digital yang digunakan antara lain Instagram, Facebook, dan website resmi, sedangkan media konvensional berupa spanduk, poster, serta baliho. Namun demikian, pesan komunikasi yang disampaikan cenderung bersifat instruktif, seperti ajakan “Buang Sampah pada Tempatnya”, sehingga belum sepenuhnya kontekstual dengan karakteristik masyarakat. Hal ini sejalan dengan temuan Mubin (2021) yang menyatakan bahwa pesan kampanye lingkungan sering kali bersifat top-down dan kurang memperhatikan aspek partisipasi warga.

Selain media digital, DLH Surakarta juga mengadakan program kampanye tatap muka seperti Solo Menyapu dan Solo Berseri yang rutin melibatkan komunitas lokal dan pemuda. Program Car Free Day dimanfaatkan sebagai ruang edukasi langsung kepada masyarakat, sedangkan program sekolah Adiwiyata berperan menanamkan budaya bersih kepada generasi muda. Program-program ini terbukti lebih efektif di

area publik, meskipun partisipasi masyarakat di kawasan bantaran sungai masih rendah.

Salah satu staf DLH, Bram (34 tahun), menyatakan bahwa:

"Kami sudah mencoba menggunakan media sosial dan juga baliho di titik-titik strategis, tapi respons masyarakat memang belum maksimal. Banyak yang tahu informasi, tapi belum tentu mau ikut berpartisipasi."

Partisipasi masyarakat menunjukkan variasi berdasarkan wilayah. Di area publik seperti alun-alun dan taman kota, kampanye cukup berhasil, sedangkan di kawasan bantaran sungai keterlibatan masyarakat masih rendah. Sungai Jenes, Pepe Hulu, dan Pintu Air Kleco tetap tercemar akibat pembuangan sampah rumah tangga, sementara Sungai Premulung, Anyar, dan Brojo mulai menunjukkan perbaikan meski kebersihannya belum optimal. Menurut data BPS (2023), indeks kepuasan masyarakat terhadap edukasi lingkungan di Surakarta hanya mencapai 58%, lebih rendah dibandingkan Semarang (72%) dan Yogyakarta (68%).

Gambar 3. Kondisi Sungai Jenes di Kota Solo



Sumber: Berita Radar Solo

Hal tersebut ditegaskan oleh salah seorang warga, Arvan (57 tahun), yang mengungkapkan:

"Kalau di alun-alun memang sering ada kegiatan bersih-bersih, jadi banyak yang ikut. Tapi kalau di dekat sungai sini, warga masih kurang peduli. Sampah rumah tangga kadang langsung dibuang ke sungai."

Berdasarkan analisis tematik, ditemukan tiga dimensi utama partisipasi masyarakat dalam menanggapi kampanye kebersihan yang dilakukan DLH Surakarta. Pada dimensi kognitif, masyarakat mulai menunjukkan kesadaran mengenai pentingnya kebersihan lingkungan. Kesadaran ini tampak dari peningkatan pemahaman tentang dampak negatif sampah terhadap kesehatan dan lingkungan. Pada dimensi afektif, muncul rasa memiliki terhadap lingkungan bersih, terutama di kalangan pemuda yang aktif terlibat dalam kegiatan sosial.

Hal ini memperlihatkan tumbuhnya nilai kebersamaan dalam menjaga kebersihan kota. Namun, pada dimensi konatif, tindakan nyata masyarakat seperti memilah sampah dan berpartisipasi dalam kerja bakti masih terbatas pada kelompok tertentu, sehingga upaya perubahan perilaku belum meluas ke seluruh lapisan masyarakat. Seorang informan dari kalangan pemuda, Puspita (24 tahun), menuturkan:

"Anak-anak muda sekarang banyak yang peduli, apalagi kalau ada kegiatan di taman kota. Cuma untuk memilah sampah di rumah, itu masih jarang dilakukan."

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan teknik, perpanjangan waktu pengamatan, serta *member checking* (Nowell et al., 2017). Temuan ini juga selaras dengan penelitian Rochyadi-Reetz & Wolling (2023) yang menegaskan bahwa kampanye lingkungan sering gagal karena pesan tidak sesuai dengan karakteristik audiens, serta penelitian Rahmadi Noor Mirad Sari Ekorini Indriyani et al. (2021) yang menyoroti lemahnya evaluasi partisipatif di Asia Tenggara.

Temuan penelitian ini mendukung teori komunikasi partisipatif Grunig (2019), yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat agar kampanye lebih efektif. Kampanye kebersihan tidak cukup hanya

dengan menyampaikan pesan instruktif, melainkan harus membuka ruang dialog, melibatkan komunitas lokal, dan memperhatikan konteks sosial budaya masyarakat. Dengan demikian, strategi komunikasi yang lebih partisipatif menjadi kunci untuk meningkatkan kesadaran sekaligus mendorong keterlibatan nyata masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi publik Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Surakarta memiliki peran strategis dalam kampanye kebersihan lingkungan di Kota Surakarta. Sebagai instrumen komunikasi pemerintah, komunikasi publik tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi media interaksi yang dapat membentuk kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam menjaga lingkungan.

Pertama, komunikasi publik berfungsi sebagai sumber informasi utama mengenai isu kebersihan kota. Melalui media sosial, spanduk, hingga kegiatan sosialisasi, DLH menyampaikan pesan-pesan instruktif seperti ajakan membuang sampah pada tempatnya. Hal ini meningkatkan kesadaran kognitif masyarakat mengenai pentingnya kebersihan lingkungan, meskipun perubahan perilaku belum sepenuhnya merata.

Kedua, komunikasi publik turut membangun kedekatan emosional masyarakat dengan isu kebersihan. Kegiatan tatap muka seperti kerja bakti di alun-alun dan taman kota menciptakan rasa memiliki terhadap lingkungan bersih, khususnya di kalangan pemuda yang aktif berpartisipasi. Hal ini memperlihatkan munculnya loyalitas afektif berupa kepedulian bersama menjaga kebersihan kota.

Ketiga, komunikasi publik mendorong partisipasi nyata masyarakat melalui kampanye "Solo Bersih 2025", kegiatan Car Free Day, hingga program sekolah Adiwiyata. Partisipasi ini menunjukkan loyalitas konatif warga untuk terlibat secara aktif. Namun, tingkat partisipasi di wilayah bantaran sungai masih rendah, sehingga diperlukan strategi yang lebih inklusif untuk menjangkau semua lapisan masyarakat.

Meskipun strategi komunikasi publik DLH telah meningkatkan kesadaran masyarakat, penelitian ini menemukan bahwa kampanye masih cenderung satu arah dan minim ruang dialog. Oleh karena itu, dibutuhkan penguatan komunikasi partisipatif berbasis komunitas, agar pesan kebersihan tidak hanya diketahui, tetapi juga diwujudkan dalam tindakan nyata yang merata di seluruh wilayah Surakarta.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis

komunikasi publik pemerintah daerah dalam konteks kampanye kebersihan perkotaan di Surakarta dengan menyoroti integrasi media digital (Instagram, Facebook, TikTok, website resmi) dan program tatap muka komunitas (*Solo Berseri, Solo Menyapu, Car Free Day, Adiwiyata*). Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung menyoroti kampanye lingkungan secara umum (Mubin, 2021; Rochyadi-Reetz & Wolling, 2023) atau mengulas partisipasi masyarakat tanpa menekankan aspek digital (Rahmadi Noor Mirad Sari Ekorini Indriyani et al., 2021), penelitian ini secara spesifik mengungkap bagaimana kombinasi komunikasi digital dan konvensional DLH memengaruhi kesadaran, kepedulian, dan partisipasi masyarakat di wilayah perkotaan maupun bantaran sungai.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi publik berbasis hybrid dapat menjadi model yang relevan bagi pemerintah daerah lain dalam mengelola kampanye lingkungan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2021). Thematic analysis: A practical guide. SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

- Grunig, J. E. (2019). *Public Relations Theory*. Routledge.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1–13.
<https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Pahleviannur, M. R., Lestari, D., & Santoso, A. (2022). Studi kasus dalam penelitian komunikasi: Pendekatan dan penerapan. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 101–115.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Warlina, S., & Listyarini, R. (2023). Pengelolaan sampah perkotaan dan partisipasi masyarakat: Studi kasus Surakarta. *Jurnal Ilmu Sosial*, 12(1), 33–42.